

## TANGGAPAN MASYARAKAT TENTANG SOSIALISASI PROGRAM JAKARTA *SMART CITY* (STUDI PADA AKADEMISI *PUBLIC RELATIONS* DAN PRAKTIKI *PUBLIC RELATIONS*)

Sharfina Nurhayati<sup>1</sup>, Vidya Alisya<sup>2</sup>, Mutiara Arnendya<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Pascasarjana Ilmu Komunikasi Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Pascasarjana Ilmu Komunikasi Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR Jakarta, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Al Azhar Indonesia

Email: sharfinanurhayati@gmail.com, vidyaalisya99@gmail.com,

mutiaraarnendya@gmail.com

### Abstrak

Sosialisasi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran atau pengetahuan khalayak sasaran untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari sebuah lembaga/organisasi agar tercipta suatu kepercayaan dan citra baik di masyarakat. Sosialisasi dilakukan pemerintah untuk menyampaikan informasi tentang program Jakarta *Smart City* yang sedang dibuat sehingga dapat dukungan dari publiknya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tanggapan akademisi dan praktisi *public relations* tentang sosialisasi program Jakarta *Smart City*. Kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari: *Government Public Relations*, *Cyber Public Relations* dalam *e-Government*, *Smart City*, *Smart Governance* dan *Smart Mobility* yang pekerjaannya sudah menggunakan basis teknologi informasi dan komunikasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivis, dan pendekatan penelitian kualitatif, serta sifat penelitian deskriptif. Strategi penelitian yang digunakan adalah fenomenologi. Metode pengumpulan data melalui studi dokumen dan wawancara mendalam dengan tiga orang informan dari satu orang Akademisi dan dua orang Praktisi *Public Relations*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi yang diberikan pemerintah daerah Jakarta masih belum optimal karena masyarakat belum melihat *event* maupun kampanye tentang program Jakarta menuju *Smart City*.

**Kata Kunci:** humas pemerintahan; *cyber public relations*; *e-government* dan *smart city*

### Abstract

*Socialization is intended to increase awareness or knowledge of the target public to win attention and to grow a positive perception or opinion of an organization in order to create a good belief and image in society. The socialization was conducted by the government to deliver information about the Jakarta Smart City program being created in order to receive public support. The problem with this research is how academics and public relations practitioners respond to the socialization of the*

How to cite:	Sharfina Nurhayati (2022) Tanggapan Masyarakat Tentang Sosialisasi Program Jakarta <i>Smart City</i> (Studi Pada Akademisi <i>Public Relations</i> Dan Praktisi <i>Public Relations</i> ), Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia (7) 10
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

*Jakart Smart City program. The conceptual framework used in this research consisted of: Government Public Relations, Cyber Public Relations in e-Government, Smart City, Smart Governance, and Smart Mobility whose work has been using a base of information and communication technology. In this research, researchers used the constructivist paradigm, and a qualitative research approach, as well as the nature of descriptive research. The research strategy used is phenomenology. Methods of collecting data through document studies and in-depth interviews with three informants from one academics public relations and two public relations practitioners. Research shows that the formation given by the Jakarta district government is still not optimal because people have not seen the event or campaign on the Jakarta Smart City program.*

**Keywords:** *government public relations; cyber public relations; e-government dan smart city*

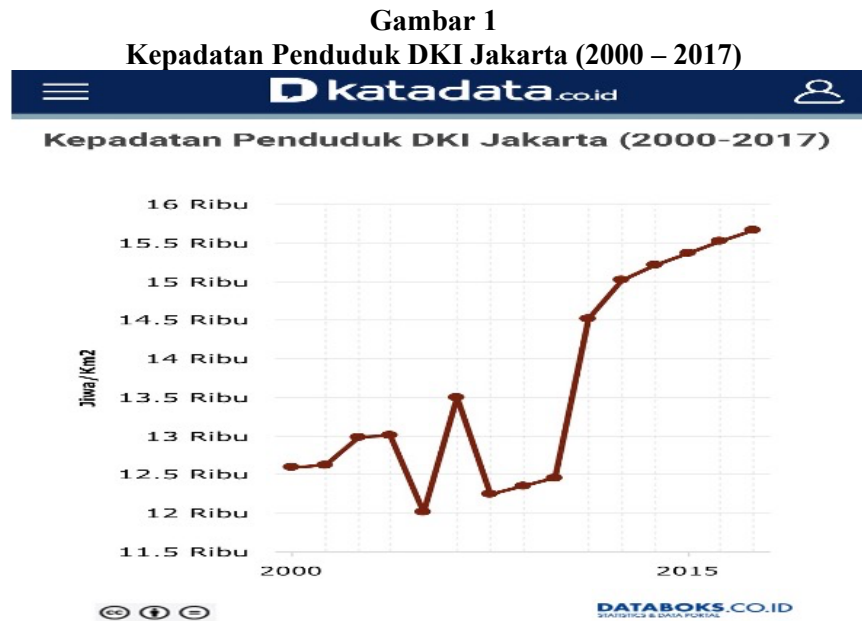
## **Pendahuluan**

Komunikasi digital tak hanya melibatkan subjek, tujuan, target, dampak, ataupun *channel*-nya saja, di dalamnya pun terdapat teknologi. Teknologi informasi dan komunikasi yang bersifat digital dimanfaatkan oleh beberapa negara maju dan berkembang yang akhirnya membentuk birokrasi pemerintahan baru, yang disebut sebagai *Electronic Government (e-Government)*. *E-Government* adalah penggunaan internet untuk melaksanakan urusan pemerintah dan penyediaan pelayanan publik agar menjadi lebih baik dan berorientasi pada pelayanan masyarakat. Dengan adanya *e-Government*, diharapkan adanya tata kelola pemerintahan yang baik dan memungkinkan untuk berinteraksi antara pemerintah dengan masyarakatnya (Akadun, 2009). Munculnya *e-Government* ini, untuk membuat ciri khas suatu daerah yang sesuai dengan potensi dan kapasitasnya. Merujuk pada sistem perencanaan pembangunan nasional (SPPN) yang diatur dalam UU No. 25 tahun 2004, tata kelola pemerintahan yang transparan, akuntabel, partisipatif dan inovatif tidak dapat lepas dari arsitektur perencanaan pembangunan yang ada di Indonesia. (Lattimore, Baskin, Heiman, & Toth, 2010) menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintahan, meningkatkan sikap responsive pemerintah, serta memberikan informasi kepada publik dibutuhkan peran humas atau *public relations*.

Tugas seorang *public relations* membangun hubungan antara institusi pemerintah maupun perusahaan kepada publiknya. Hal ini dilakukan untuk membangun kepercayaan publik terhadap suatu lembaga. *Public Relations* menjalankan berbagai aktivitas kerjanya dibantu dengan internet sebagai sarana atau media untuk publisitasnya, dengan kata lain *cyber public relations*. *Cyber public relations* merupakan kekuatan tambahan untuk membantu dalam menjalankan tugas seorang humas, karena segala aktivitasnya dapat dengan mudah diakses oleh para publik (Yuliawati & Irawan, 2016). Dalam konteks tersebut, tugas seorang humas pemerintahan antara lain menjalankan kegiatan, kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang berkaitan langsung dengan masyarakat (Lubis, 2012). Dengan dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, tugas humas pemerintah (*government public relations*) pun kini telah beralih. Perubahan humas

pemerintahan ini didukung oleh undang-undang keterbukaan informasi publik, dalam Undang-undang keterbukaan informasi menuntut akan adanya aliran informasi yang jelas dan memadai untuk kepentingan masyarakat. Dengan begitu muncul-lah ide besar yang mengatur masyarakat dan tata perkotaan yang lebih baik. Ide besar dan langkah kreatif pun muncul dengan hadirnya istilah *Smart City* atau istilah sejenisnya (Utomo & Hariadi, 2016). *Smart City* dapat diartikan sebagai “Kota Cerdas” yang merupakan konsep pengembangan, penerapan, dan implementasi teknologi yang diterapkan disuatu daerah sebagai sebuah interaksi yang kompleks di antara berbagai sistem yang ada di dalamnya. Setidaknya ada enam indikator untuk memenuhi predikat *Smart City* antara lain mencakup hal-hal seperti Ekonomi pintar (*smart economy*), Mobilitas Pintar (*smart mobility*), Lingkungan pintar (*smart environment*), Kehidupan pintar (*smart living*), Masyarakat pintar (*smart people*), dan Pemerintah pintar (*smart governance*) (Pratama, 2014). Membuat kota “*smart*” merupakan sebuah strategi untuk mengurangi masalah yang dihasilkan oleh pertumbuhan penduduk dan urbanisasi yang cepat. Dengan begitu, maka pelayanan kepada masyarakat akan lebih dikenal. *Smart City* harus didukung dengan masyarakat yang cerdas pula, yaitu masyarakat yang paham akan perannya dalam pembangunan. Konsep *smart city* ini diharapkan dapat dilakukan di kota-kota Indonesia. Beberapa kota besar di Indonesia kini berlomba – lomba dalam penerapan konsep *smart city*, seperti kota Bandung salah satunya yang sudah menggunakan konsep *smart city* untuk membangun sistem pemerintahan yang saling terhubung dan terintegrasi. Selain itu, dengan membangun *smart city* dapat mengontrol jalannya pembangunan kota, memajemen, dan memudahkan dalam mengamati situasi kota.

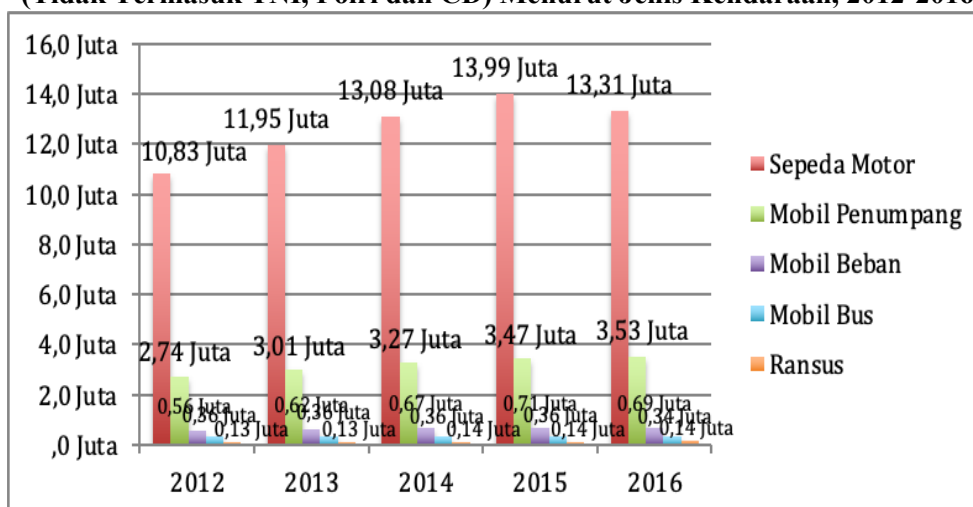
Kota Jakarta sebagai salah satu Ibukota yang memiliki penghasilan per kapita tertinggi di Indonesia dan memiliki tingkat urbanisasi tertinggi di dunia. Kota Jakarta ini memiliki visi yaitu “Jakarta sebagai Ibukota Indonesia yang aman, nyaman, makmur, produktif, berkelanjutan, dan kompetitif secara global” Sebagai informasi, luas wilayah Pemerintah Daerah DKI Jakarta sekitar 662,3 km persegi, sementara jumlah penduduk pada 2017 mencapai 10,37 juta jiwa. Adapun laju pertumbuhan penduduk (berdasarkan sensus penduduk 2010) DKI Jakarta pada 2017 mencapai 1,06%. Hal tersebut dapat dilihat dari gambar 1.1 dibawah ini:



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS). Kata Data. 2018. Sites Info. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/01/25/berapa-kepadatan-penduduk-di-dki-jakarta> Diakses pada hari Jum'at, 09 November 2018, pukul 18:34 WIB

Pertumbuhan penduduk yang cepat dengan sedikitnya jalan dan kurangnya sistem transportasi yang cerdas menjadi salah satu faktor kemacetan di Jakarta. Penyebab utama terjadinya kemacetan pun karena adanya ketidak seimbangannya *demand* and *supply* yaitu pertumbuhan jumlah kendaraan dengan kapasitas prasarana transportasi (jaringan jalan dan jaringan angkutan umum) yang ada (Suyuti, 2012).

**Bagan 1**  
**Jumlah Kendaraan Bermotor Yang Terdaftar**  
**(Tidak Termasuk TNI, Polri dan CD) Menurut Jenis Kendaraan, 2012-2016**



Sumber : Ditlantas Polda Metro Jaya. 2017. Statistik Transportasi DKI Jakarta 2017. Diakses dari Jakarta Badan Pusat Statistiik. Diakses pada Minggu, 09 Juni 2019 pukul 21:54 WIB

Untuk mengatasi kemacetan, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta telah melakukan berbagai upaya untuk mengatasinya, mulai dari kendaraan umum maupun kendaraan pribadi mobil dan motor. Upaya yang sudah dilakukan oleh Pemerintah DKI Jakarta yaitu adanya Transjakarta, membangun jalan layang *non* tol Casablanca-Tanah Abang, berkalunya *3 in 1*, pelanggaran terhadap sepeda motor, dan pembangunan jalan layang untuk transjakarta Ciledug-Tendean. Untuk itu, Pemerintah DKI Jakarta menemukan solusi dimana Jakarta harus lebih efektif dan efisien dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang terintegrasi, memprioritaskan angkutan yang ramah lingkungan dan bukan kendaraan bermotor, serta adanya akses moda transportasi yang beragam, atau singkatnya Kota Jakarta perlu menjadi sebuah Kota yang cerdas (*smart city*). Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa elemen dari *smart city*, yaitu *smart governance* dan *smart mobility*. Pengambilan dari kedua elemen ini karena penulis melihat di Kota Jakarta baru di realisasikannya kedua elemen ini.

### **Metode Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2013). Sugiyono menjelaskan secara lebih lanjut bahwa tujuan penelitian kualitatif tidak hanya mencari kebenaran. Penelitian kualitatif ini lebih memahami subjek yang ada disekitarnya. Dalam memahami sekitarnya, mungkin apa yang dikemukakan subjek salah, karena tidak sesuai dengan teori atau tidak sesuai dengan hukum. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena untuk mendapatkan hasil jawaban dan informan mengenai tanggapan masyarakat tentang program Jakarta *smart city*, dengan menggunakan metode kualitatif diharapkan peneliti mendapatkan jawaban lebih *detail* dan mendalam melalui wawancara.

Penulis mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumen. Wawancara dilaksanakan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual (Sukmadinata, 2011). Peneliti bisa mendapatkan informasi yang mendalam karena beberapa hal, antara lain:

- Peneliti dapat mengajukan pertanyaan susulan.
- Informan cenderung menjawab apabila diberi pertanyaan
- Informan dapat menceritakan sesuatu yang terjadi di masa silam dan masa mendatang

Selain itu penulis mengumpulkan data dengan dokumen sebagai sumber data. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dan berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2013).

Keterbatasan penelitian yang dimiliki oleh peneliti adalah sebagai berikut. Penelitian tentang sosialisasi program Pemerintah Daerah Jakarta ini dilakukan secara kualitatif, sehingga hasil yang didapat hanya berlaku di Pemerintah Daerah Jakarta itu

sendiri dan tidak bisa digeneralisasikan ke Pemerintah Daerah lainnya dan penelitian ini hanya mengambil beberapa elemen dari *Smart City*, yaitu *Smart Government* (Pemerintahan Pintar) dan *Smart Mobility* (Mobilitas Pintar). Penulis juga menjadikan ahli kehumasan sebagai informan untuk mewakili masyarakat. Selain itu, peneliti tidak terlibat secara langsung dalam proses mensosialisasikan program dan kebijakan Pemerintah Daerah. Karena itu, penulis tidak bisa mengamati secara menyeluruh tentang situasi, peristiwa dan perilaku masyarakat. Sehingga informasi yang diperoleh penulis yang didapatkan melalui dokumen dan wawancara dengan para informan.

## Hasil dan Pembahasan

Salah satu peran *government public relations* dalam merealisasikan kinerjanya ialah menjadi penghubung antara pemerintahan dengan masyarakat demi membangun komunikasi yang baik. Seperti halnya yang dilakukan *government public relations* yaitu mensosialisasikan program *smart city*.

Mengkomunikasikan program atau suatu kebijakan bisa melalui banyak pendekatan salah satunya membuat *event* untuk mempromosikan program tersebut. *Event* yang dibuat ini bertujuan untuk menarik perhatian publik yang nanti nya akan memberikan masukan kepada pembuat acara. Jadi seiring setelah melakukan hubungan yang baik kepada publiknya seorang seorang humas pemerintah haruslah bisa memanfaatkan digital untuk pekerjaannya. Tugas maupun peran seorang PR pemerintah dapat memberikan informasi yang baik kepada masyarakatnya, meskipun dalam penyampaiannya ada beberapa hal yang berbeda, namun isi dari pernyataan-pernyataan tidak ada yang bertolak belakang.

Setelah mengetahui tugas dan peran humas pemerintahan, bahwa saat ini industri PR sudah memasuki era dimana penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Humas dalam hal ini telah menggunakan digitalisasi atau disebut juga dengan *cyber PR*.

*Cyber PR* adalah menggunakan teknologi digital dalam memberikan informasi kepada masyarakatnya atau *cyberPR* dapat dikatakan sebagai alat untuk memberikan informasi. Sekarang ini industri PR telah memasuki era 4.0 dimana seorang PR menggunakan teknologi digital sebagai alat untuk memberikan informasi. Bahwa *cyber public relations* merupakan alat untuk membantu pekerjaan seorang PR dan digunakan oleh informan untuk melakukan pekerjaannya.

Teknologi informasi dan komunikasi ini dimanfaatkan oleh Negara maupun pemerintahan. Akhirnya teknologi ini membuat pemerintah ingin melakukan tata kelola yang baru yaitu *Smart City*. *Smart city* adalah konsep untuk membuat kota menjadi lebih tertata dan masyarakatnya dapat menggunakan fasilitas yang ada.

*Smart City* mempunyai beberapa indikator, indikator ini disebut dengan *framework smart city*. Demikian sama halnya di Jakarta, kota Jakarta menjurus kepada *framework smart city Europe*. Indikator *smart city* ini saling berkaitan dan masyarakat berharap pemerintah kota bisa memberikan fasilitas yang baik kepada masyarakatnya. Jika masyarakat yang sudah menggunakan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah dapat dikatakan sebagai masyarakat yang *smart*.

## Tanggapan Masyarakat Tentang Sosialisasi Program Jakarta *Smart City* (Studi Pada Akademisi *Public Relations* Dan Praktisi *Public Relations*),

Untuk di Jakarta sendiri penerapan konsep *smart city* masyarakat belum menggunakan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah dengan baik. Masyarakat mengharapkan *smart mobility* ini memberikan kenyamanan kepada publiknya. Akan tetapi sosialisasi tentang *smart mobility* di Jakarta yang dibuat pemerintah kurang baik sehingga masyarakat tidak mengetahui keberadaannya. Bisa diambil kesimpulan bahwa *smart mobility* yang ada di Jakarta belum bisa dikatakan *smart*. Selain mobilitas angkutan, pemerintah sedang berusaha untuk membangun trotoar untuk pejalan kaki tetapi masyarakat belum bisa memanfaatkan fasilitas ini. Dalam membuat program ataupun kebijakan seorang humas pemerintah haruslah bisa mensosialisasikannya dengan baik kepada masyarakatnya. Begitu pula dengan program yang sedang dibuat oleh pemerintahan, menurut masyarakat dirasa sosialisasi yang diberikan kepada masyarakat masih belum optimal. bahwa masyarakat belum melihat adanya sosialisasi yang diberikan pemerintah tentang program Jakarta *Smart City*.

Tugas PR pemerintah adalah memberikan informasi yang jelas kepada publiknya agar bisa mendapatkan *feedback* dan didukung oleh publiknya. Dengan begitu, masyarakat seharusnya bisa merubah perilakunya jika ada peraturan atau program yang dibuat oleh pemerintah.

Peran humas sangat penting bagi perusahaan ataupun lembaga pemerintahan yang memiliki tugas untuk menyampaikan informasi atau menjelaskan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan kebijaksanaan dan tindakan-tindakan, serta aktivitas dalam melaksanakan tugas dan kewajiban ke pemerintahannya.

Seperti halnya humas Pemerintahan Daerah Jakarta yang bertugas menyampaikan informasi program dan kebijakan yang diterapkan kepada masyarakatnya. Dalam penyampaian informasi, humas pemerintah bisa melalui saluran media, membuat *event*, *campaign*, dan bekerja sama dengan para *influencer* guna menyebarluaskan informasi melalui media sosial.

Pada humas Pemerintah DKI Jakarta, memiliki tugas dan fungsi yang berbeda, sesuai dengan sasaran dan tujuan lembaga pemerintahan. Karena pada lembaga pemerintahan memiliki kewajiban untuk melayani sasaran yang lebih luas. Humas pemerintah sekarang sudah mengikuti perkembangan industri 4.0, yang artinya seorang humas pemerintah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi ini sebagai suatu alat dalam membantu pekerjaannya dan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakatnya. Menurut Bob Julius Onggo seorang humas dapat dengan mudah untuk melewati berbagai batasan dan penghalang, serta memudahkan humas dalam menyampaikan pesan-pesan korporat kepada target, baik itu publik internal maupun eksternal, tanpa melalui atau bergantung pada pihak manapun.

Tidak hanya memanfaatkan teknologi digitalisasi ini, seorang humas pemerintah haruslah terbuka dan transparan kepada publiknya. Dengan adanya keterbukaan informasi kepada publik ini pemerintah berharap dapat mengatur tata perkotaan yang lebih baik yang disebut dengan *Smart City*. *Smart City* ini merupakan suatu konsep untuk mengatur kota dan masyarakat yang tinggal di kota tersebut menjadi lebih baik. Seperti yang diungkapkan oleh Agus Eka Pratama *Smart City* adalah konsep perencanaan kota dengan



memanfaatkan perkembangan teknologi yang akan membuat hidup yang lebih mudah dan sehat dengan tingkat efisiensi dan efektifitas yang tinggi.

*Smart City* telah di terapkan di Negara maju maupun berkembang, contoh Negara yang menggunakan konsep ini seperti Jepang, Jerman, dan Korea Selatan. Begitu juga Negara berkembang seperti kota-kota yang ada di Indonesia, akhirnya Kota Jakarta pun menerapkan konsep *smart city* ini. Indikator yang digunakan oleh *smart city* ini setidaknya ada enam yang mengikuti *European Smart Cities* yaitu *smart governance*, *smart mobility*, *smart economy*, *smart living*, *smart environment*, *smart people*. Di Indonesia sudah beberapa kota yang menerapkan konsep ini dan berhasil mendapatkan penghargaan. Jika dilihat dari penghargaan, kota-kota tersebut berhasil mensosialisasikan programnya dengan baik kepada masyarakatnya.

Sosialisasi ini bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakatnya agar masyarakat dapat memberikan opini dan saran kepada pembuat kegiatan. Seperti yang dikatakan Kamanto Sunarto dalam bukunya bahwa penanaman pengetahuan tentang program kebijakan kepada masyarakat dan pihak-pihak yang melakukan sosialisasi mengenai program kebijakan kepada masyarakatnya.

Dalam menunjang penelitian ini, penulis memilih informan yang merupakan seorang yang ahli di bidang *public relations*. Menurut pemahaman mereka sosialisasi adalah bagian dari tugas *public relations* yang menyampaikan informasi kepada publiknya. Seperti yang dikatakan oleh Betty Wahyu Nila Sari humas menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai kebijakan, aktivitas dan prestasi dari suatu instansi melalui banyak media.

Untuk itu program yang sedang dibuat maupun telah dibuat oleh Pemerintah Daerah Jakarta, harus di sosialisasikan kepada masyarakatnya. Seperti program Jakarta *smart city* ini. Program ini dititik beratkan di *smart mobility* karena masalah utama yang ada di kota Jakarta adalah kemacetan. Karena program ini melibatkan warga yang tinggal di kota Jakarta, maka diperlukan sosialisasi yang bersifat edukasi agar program ini dapat berjalan dengan baik dan dapat didukung oleh publiknya.

Dalam penelitian ini, didapatkan data bahwa sosialisasi yang diberikan Pemerintah tentang program Jakarta *Smart City* yang meliputi *smart governance* dan *smart mobility* kurang maksimal. Karena informan belum terpapar langsung tentang program yang dibuat oleh Pemerintah. Menurut informan sosialisasi tentang Jakarta *Smart City* ataupun elemen dari *Smart City* ini masih bersifat pasif. Dalam kenyataannya menurut Dian Ekowati selaku Kepala Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik (Diskominfo) bahwa DKI Jakarta telah menyampaikan dan membagi apa yang telah diterapkannya. Tidak hanya informan yang ahli di bidang *public relations*. Informan yang menjabat sebagai *consultant public relations* dan sebagai CEO dari Citiasiainc yang memberikan penghargaan kepada kota-kota yang menerapkan konsep *smart city* di Indonesia, merasa program Jakarta *Smart City* ini tidak tersosialisasikan dengan optimal. Terutama untuk *smart mobility* di Jakarta dan *smart governance* nya. Menurut informan bahwa pemerintah haruslah punya prioritas dan harus di sosialisasikan agar mendapat dukungan dari publik. Jika dilihat dari pernyataan Gunawan selaku Direktur Evaluasi Kinerja dan



Peningkatan Kapasitas Daerah Dirjen Otda Kemendagri, sosialisasi dan penyebaran informasi terkait perlunya pemerintah daerah menuju ke *smart governance* akan terus dilakukan sebagai bagian dari tugas pembinaan Kemendagri.

Dengan begitu di dalam penelitian ini para informan memberikan masukan kepada humas pemerintahan sebaiknya dalam merencanakan atau melaksanakan suatu program alangkah lebih baik di sosialisasikan kepada masyarakat. Sosialisasi dapat melalui beragam saluran media. Untuk program Jakarta *Smart City* diharapkan adanya kampanye besar-besaran untuk mengedukasi publik dan membuat acara yang melibatkan langsung masyarakatnya. Selain kampanye dan membuat acara, diharapkan *role model* yang ada di Jakarta dapat membantu sosialisasi program Jakarta *Smart City* ini. Cara mensosialisasikan menggunakan media ini lebih efektif karena masyarakat yang tinggal di kota Jakarta sangat beragam. Sehingga tidak bisa menunggu kesadaran publik tetapi menggunakan berbagai macam cara agar dapat dipahami oleh masyarakat yang tinggal di kota ini.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Tanggapan akademisi *public relations* dalam sosialisasi program Jakarta *Smart City* belum mengetahui adanya program ini. Untuk *Smart City* sendiri akademisi *public relations* memahami konsep ini, akan tetapi belum menyadari bahwa konsep ini diterapkan juga di kota Jakarta. Selain itu, tanggapan praktisi *public relations* dalam sosialisasi program Jakarta *Smart City* ini kurang optimal. Untuk elemen dari Jakarta *Smart City* seperti *smart governance* dirasa perlahan-lahan sudah membaik dan menuju ke *good governance*. Akan tetapi tentang prestasi yang didapat kurang di sosialisasikan kepada masyarakat sehingga masyarakat tidak mengetahuinya. Selain itu, untuk sosialisasi elemen *smart mobility* kurang maksimal, karena belum menggunakan saluran media komunikasi dalam mensosialisasikan programnya.

## BIBLIOGRAFI

Akadun. (2009). *Teknologi Informasi Administrasi*. Bandung : Alfabeta. [Google Scholar](#)

Lattimore, Dan, Baskin, Otis, Heiman, Suzette T., & Toth, Elizabeth L. (2010). Public Relations profesi dan praktik. *Jakarta: Salemba Humanika*. [Google Scholar](#)

Lubis, Evawani Elysa. (2012). Peran humas dalam membentuk citra pemerintah. *Jiana (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 12(1). [Google Scholar](#)

Pratama, IPAE, & Eka, Putu Agus. (2014). Smart City beserta Cloud Computing dan Teknologi-teknologi pendukung lainnya. *Bandung: Informatika*. [Google Scholar](#)

Sugiyono, Dr. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. [Google Scholar](#)

Sukmadinata, Nana Syaodih. (2011). Metode Penelitian dan Pendidikan. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*. [Google Scholar](#)

Suyuti, Rusmadi. (2012). Implementasi” Intelligent Transportation System (ITS)” untuk Mengatasi Kemacetan Lalu Lintas di DKI Jakarta. *Konstruksia*, 3(2). [Google Scholar](#)

Utomo, Chandra Eko Wahyudi, & Hariadi, Mochamad. (2016). *Strategi Pembangunan Smart City dan Tantangannya bagi Masyarakat Kota*. [Google Scholar](#)

Yuliatwati, Yuliatwati, & Irawan, Enjang Pera. (2016). Peran Cyber Public Relations Humas Polri Dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 1(1), 206. [Google Scholar](#)

---

### Copyright holder:

Sharfina Nurhayati, Vidya Alisya, Mutiara Arnendya (2022)

### First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

### This article is licensed under:

